



SIGNUMPRISET[®]
INSTIFTAT 1995

2018

Årets vinnare av Signumpriset:

HSB

Motivering:

Gör allt rätt och riktigt bra! Så skulle man kunna summera motiveringen för årets vinnare HSB. En bostadskooperation som bygger och förvaltar samt erbjuder bostäder under ett och samma varumärke: HSB. Visionen man arbetar mot är både enkel och krävande: "bäst anseende när det gäller boende".

Över en miljon personer bor "under HSB-tak", som man själva säger, spritt över större delen av landet; något som kräver en konsekvent och tydlig användning av varumärket – vilket man lyckas med.

Bland verktygen i varumärkesbyggandet noteras särskilt bildspråket och den tonalitet i kommunikationen som på ett tydligt sätt anpassas beroende på vem som är målgrupp, konsument eller branschfolk. Det sistnämnda gör det möjligt att på ett bra sätt även använda komiska situationer i märkesbyggandet. Den visuella delen av varumärkesbyggandet underlättas genom en fullständig digital profilmanual och en omfattande mediabank.

Kärnvärdena som HSB skall stå för: Engagemang, Trygghet, Hållbarhet, Omtanke och Samverkan kan passande nog kommas ihåg genom ETHOS; grekiska som står för trovärdighet inom retoriken.

För att säkerställa att varumärkesvärden sprids i organisationen utbildas varumärkes-ansvariga i HSB-föreningar. Samtidigt är det intressant att man arbetar för att sprida kunskapen om hanterandet av varumärket även till mindre vana märkesanvändare ute i föreningarna, vilket skiljer HSB från många andra märkesinnehavare. Det kanske också är detta som gör att deras varumärkesriktlinjer är föredömligt pedagogiska.

Att det blir fel ibland vet vi alla; de kloka väljer att dra lärdom av detta. HSB har gjort det, och lite till. I ett eget avsnitt i sina varumärkesriktlinjer finns tydliga instruktioner hur man skall agera om det blir fel.



SIGNUMPRISET[®]
INSTIFTAT 1995

För att undvika både juridiska och andra klavertramp har man checklista och kunskapsdokument för juridisk granskning av marknadsföringsmaterial.

Självklart har man ett formulär på intranätet där medarbetare kan rapportera in olovlig användning av HSB-kännetecken, samt rutiner för uppföljning, såväl löpande som årlig. Uppföljningen gäller inte bara olovlig användning utan även andra situationer med hanterande av varumärket.

Eftersom HSB kan assistera föreningarna och medlemmarna på en lång rad områden omfattar varumärkesregistreringarna också en mängd tjänster.

I alla delar ett utmärkt varumärkesarbete.

/Ordförande: professor Ulf Bernitz

I juryn:

Ordförande: *Ulf Bernitz*, professor i europeisk integrationsrätt, Stockholms universitet, och Director for the Söderberg Foundation at University of Oxford
Gunnar Berenmark, Creative Director, Nordic Morning
Henrik Grinbaum, chefsjurist, Sveriges Television
Kathrine Löfberg, Styrelseordförande, Löfbergs kaffekoncern
Francesca O'Brien Apelgren, VD, Sveriges Marknadsförbund
Christine Pålsson, konsult inom friskvård
Jan Rosén, professor, Stockholms universitet
Katarina Strömholm, advokat, Strömholm Advokatbyrå AB
Christer Löfgren, chefredaktör på BrandNews, är sekreterare och föredragande av de nominerande bidragen i juryarbetet